

Export agroalimentare verso storico record di 36 miliardi

Record storico per il valore delle esportazioni di prodotti agroalimentari italiani che nei primi sei mesi dell'anno è cresciuto dell'8 per cento, sotto la spinta dell'Expo, ponendo le basi per raggiungere a fine 2015 la storica cifra di 36 miliardi di euro. E' quanto emerge da una analisi della Coldiretti sulla base dei dati Istat relativi al primo semestre del 2015, presentata in occasione della Giornata dell'Agricoltura italiana ad Expo con la partecipazione di decine di migliaia di agricoltori provenienti da tutte le regioni guidati dal Presidente nazionale Roberto Moncalvo e la presenza del Presidente del Consiglio Matteo Renzi. A determinare il forte balzo in avanti sono stati proprio i primi due mesi dell'esposizione universale, con una crescita salita al 10 per cento nel bimestre maggio giugno, di tre punti percentuali superiore a quella registrata nel quadrimestre che ha preceduto Expo (da gennaio ad aprile).

Circa i due terzi delle esportazioni interessa i Paesi dell'Unione Europea con una crescita del 5 per cento, ma il Made in Italy a tavola fa registrare un vero e proprio boom soprattutto negli Stati Uniti con un +28 per cento, in Cina (+18 per cento) e nei mercati asiatici in generale (+24 per cento), anche se il miglior risultato è quello che viene dall'Oceania, con un +29 per cento, pur se l'importo è contenuto. Solo in Russia l'export si è quasi dimezzato, per effetto dell'embargo.

Crescono tutti i principali settori del Made in Italy, con il prodotto più esportato in valore che si conferma il vino (2,5 miliardi in sei mesi e una crescita del 7 per cento) davanti all'ortofrutta fresca (+9 per cento) e all'olio che fa segnare un +11 per cento. Aumentano pure la pasta che rappresenta una voce importante del Made in Italy sulle tavole straniere con un +8 per cento e i formaggi (+2 per cento).

Analizzando le performance dei prodotti nei singoli Stati si scoprono aspetti sorprendenti a partire del successo del vino tricolore in casa degli altri principali produttori, con gli acquisti che crescono in Francia (+8 per cento), Stati Uniti (+19 per cento), Australia (+5 per cento), Spagna (+4 per cento) e nel Cile (+63 per cento). Ma va sottolineato che nel Paese transalpino, patria dello Champagne, lo spumante tricolore fa addirittura segnare un incremento in doppia cifra, con un +24 per cento. Va forte anche la birra che conquista i paesi nordici, dalla Germania (+37 per cento), alla Svezia (+5 per cento), fino ai pub della Gran Bretagna (+3 per cento). Oltre al vino, i francesi gradiscono anche il formaggio italiano, le cui vendite sono cresciute del 2 per cento, ma i latticini nostrani vanno forte anche in Cina (+39 per cento). Nel gigante asiatico, che alcuni vorrebbero come inventore degli spaghetti, trionfa anche la pasta che registra un +34 per cento.

“Il record fatto registrare dall'export è il frutto del lavoro di un tessuto produttivo ricco, capillare, che coinvolge milioni di uomini e che rende l'Italia competitiva anche all'interno dei processi di mondializzazione dell'economia e delle idee”, ha dichiarato il presidente della Coldiretti, Roberto Moncalvo, nel sottolineare che “per tutti noi conta dunque che il nostro Primo Ministro, in visita da Obama, porti una bottiglia di vino. E' un gesto che non dimenticheremo perchè ovunque

rappresenta". E un impatto positivo - aggiunge Moncalvo - ci attendiamo dalla vittoria delle nostre tenniste agli US Open alle quali il Presidente del Consiglio Matteo Renzi ha voluto giustamente rendere omaggio.

Occorre che questo patrimonio sia difeso, portando sul mercato il valore aggiunto della trasparenza e dando completa attuazione alle leggi nazionale e comunitaria che prevedono l'obbligo di indicare in etichetta l'origine degli alimenti. L'andamento sui mercati internazionali potrebbe, infatti, ulteriormente migliorare da una più efficace tutela nei confronti della "agropirateria" internazionale che utilizza impropriamente parole, colori, località, immagini, denominazioni e ricette che si richiamano all'Italia per prodotti taroccati che non hanno nulla a che fare con la realtà nazionale. In quest'ottica è particolarmente significativo per la Coldiretti il piano per l'export annunciato dal Governo italiano che prevede, per la prima volta, azioni di contrasto all'italian sounding a livello internazionale.

"Siamo grati al premier Matteo Renzi che ha voluto mettere a disposizione 260 milioni per rilanciare l'export alimentare e combattere le imitazioni", ha concluso il Presidente della Coldiretti Roberto Moncalvo nel sottolineare che "anche se, come ha osservato il primo Ministro 'Sono ancora poca cosa', servono a sconfiggere il pessimismo e allontanano l'inerzia di ieri".